



ACTIVITATS

TESIS

GRUPS DE RECERCA

ENTREVISTES

AVENÇOS

A FONTS

## ECONOMIA



## 01/2015 - Què paguem a la factura del mòbil?

Quan un client d'una companyia de telefonia mòbil truca un client d'una altra companyia, la primera ha de pagar a la segona l'anomenat "preu de terminació", el valor del qual ha estat disminuït pels reguladors europeus durant els últims anys. Aquest estudi mostra que, en contrapartida, les empreses han augmentat les quotes fixes mensuals per compensar parcialment la disminució dels seus beneficis, però això no ha alterat gaire la factura dels consumidors, que obtenen més minuts de trucada pels seus diners.

## Referències

Hurkens, Sjaak; López, Ángel Luis. *Mobile Termination, Network Externalities and Consumer Expectations*. *Economic Journal*. 2014, vol. 124, num. 579, p. 1005-1039. doi: 10.1111/ecoj.12097.

Si un client d'una companyia de telefonia mòbil (per exemple, Vodafone) truca un client d'una altra companyia (per exemple, Orange), la companyia on s'origina l'anomenada (Vodafone) ha de pagar a la companyia que rep la mateixa un preu (anomenat "preu de terminació") per minut. Aquest preu majorista afecta els consumidors finals perquè les companyies el traslladen als seus preus minoristes.

## AVENÇOS

## Els valors determinen l'estratègia de RSC de les empreses familiars

La Responsabilitat Social Corporativa (RSC) és una estratègia que pren cada vegada més importància per a qualsevol organització. Aquest estudi analitza el comportament de l'empresa familiar a l'hora de desenvolupar accions de RSC i suggereix que els valors diferencials i el grau d'implicació en l'empresa familiar són determinants a l'hora d'escollir l'estratègia de RSC a seguir.

[+]

## AVENÇOS

## Avaluació dels indicadors per mesurar la pobresa multidimensional

Actualment el concepte de pobresa inclou altres dimensions com ara l'educació o la salut. L'article revisa les diferents propostes de mesura de pobresa multidimensional i mostra que, per a aquells individus classificats com a "pobres", si tenen atributs que estan per sobre del llindar de la pobresa, aquests no poden influir en l'avaluació global dels nivells de privació

[+]

## AVENÇOS

## Què fa que una estadística sigui de qualitat?

Segons l'oficina estadística d'Europa (Eurostat), una estadística oficial ha de tenir cinc elements que li aporten qualitat: rellevància, fiabilitat, puntualitat, coherència i accessibilitat. Una consulta feta a més de 200 experts i usuaris mostra que l'aportació de cada atribut a la qualitat és diferent, sent la fiabilitat i la coherència d'una estadística els elements que li aporten més qualitat.

[+]

## AVENÇOS

## Per què adquirir una assegurança de salut privada?

Per què algunes persones compren assegurances de salut privades (ASPs) quan existeix un sistema de salut públic i gratuït? Aquest article desenvolupa i contrasta un model teòric que prediu que les persones més propenses a utilitzar els serveis sanitaris compraran una ASP. Les dades del Regne Unit ens diuen que el determinant d'aquesta decisió és la preferència per la salut i no el veritable estat de salut.

[+]

Durant els últims 12 anys, els reguladors europeus han disminuït els preus de terminació en telefonia mòbil des d'aproximadament 20 cèntims d'euro per minut a 2 cèntims per minut, i ho han fet basats en la ferma creença que aquestes reduccions disminuirien els preus minoristes i millorarien el benestar social. Les companyies de telefonia mòbil, no obstant això, s'han oposat fermament a aquestes reduccions, argumentant que en realitat perjudiquen els consumidors a causa de l'existència d'un efecte "waterbed" intens, el qual prediu que davant d'una reducció del preu de terminació de trucada, les empreses es veuran forçades a augmentar els seus preus minoristes (o disminuir els subsidis als terminals) dràsticament.

En contraposició, la investigació acadèmica tradicionalment conclou que reduccions en els preus de terminació milloren l'eficiència i augmenten els beneficis de la indústria en el seu conjunt però resulten perjudicials per als consumidors. És a dir, a la pràctica tant reguladors com empreses semblen ignorar la investigació acadèmica –i decisions importants que afecten a centenars de milions de consumidors i a una indústria que genera milers de milions d'euros no tenen una base econòmica sòlida. Qui diu i fa el correcte? Els reguladors, les empreses o els acadèmics?

Aquest estudi re-examina la teoria i conclou que tant les empreses com els reguladors actuen òptimament i defensen els seus interessos. Els reguladors fan bé en disminuir els preus de terminació (encara que ho haurien d'haver fet probablement més ràpid) ja que millora l'eficiència i el benestar dels consumidors. Les empreses fan bé en oposar-s'hi (però no són correctes en els seus arguments), perquè menors preus de terminació condueixen a menors beneficis.

Quina és la clau que explica aquests nous resultats? Les expectatives dels consumidors. Les empreses competeixen per consumidors oferint contractes amb preus per a trucades *on-net* (aquelles destinades a clients de la mateixa companyia), *off-net* (destinades a clients de companyies rivals) i possiblement quotes fixes mensuals. Els consumidors trien el contracte més atractiu per a ells, però la seva elecció no és fàcil a causa de l'existència d'externalitats de xarxa: si les trucades *off-net* són més cares que les trucades *on-net*, els consumidors preferiran unir-se a la companyia amb major quota de mercat perquè la majoria de les seves trucades seran *on-net*; no obstant això, la quota de mercat de cada operador dependrà al seu torn de les eleccions de subscripció preses pels consumidors.

Per trencar aquest raonament circular, l'anàlisi tradicional (liderat principalment pel treball conjunt dels professors Jean-Jacques Laffont, Patrick Rey i el recentment guardonat amb el Nobel d'Economia Jean Tirole) assumeix que els consumidors són sofisticats i poden predir el comportament de les quotes de mercat perfectament. En concret, es diu que els consumidors tenen expectatives actives, i per tant són capaços de modificar les seves expectatives sobre les quotes de mercat sempre que una empresa canvia el seu preu fins i tot si el preu canvia mínimament. Una conseqüència immediata és que la competència en quotes fixes mensuals (o subsidis) es torna més intensa a mesura que la diferència entre els preus *on-net* i *off-net* augmenta. Disminuir els preus de terminació redueix aquesta distància, i per tant suavitzca la competència i condueix a majors beneficis per a les empreses.

Hurkens i López plantegen que els consumidors no són tan sofisticats. En el seu estudi, ells trenquen el raonament circular assumint que els consumidors tenen expectatives "constants" o "passives" sobre les quotes de mercat, expectatives basades per exemple en les quotes de mercat de mesos anteriors, que fet i fet acaben sent correctes. Les empreses són per tant incapaces d'influir en les expectatives dels consumidors i la competència en preus fixos no s'intensifica necessàriament quan la distància entre els preus *on-net* i *off-net* augmenta.

En poques paraules, l'efecte "waterbed" és molt fort sota el supòsit realitzat en l'anàlisi tradicional però modest sota el supòsit alternatiu fet en aquest nou estudi. L'evidència empírica llançada pel treball de Christos Genakos i Tommaso Valletti (al *Journal of the European Economic Association*, 2011) dona suport al resultat d'un efecte "waterbed" modest.

En un estudi relacionat (publicat a la revista *Telecommunications Policy*, 2012), Hurkens i

López calibren el seu model amb dades per al mercat espanyol, i mostren que fins i tot per a una petita reducció en els preus de terminació de 4.95 a 4.00 cèntims per minut entre 2010 i 2012 l'excedent dels consumidors va augmentar en 220 milions d'euros per any. Una reducció addicional a 2.45 cèntims per minut podria haver conduït a un estalvi addicional de 360 milions d'euros. Com a resultat d'aquesta actuació, els beneficis de la indústria disminuirien en un 5.5% i un 17%, respectivament.

Els seus resultats il·lustren que les quotes fixes mensuals augmenten (o els subsidis disminueixen) quan els preus de terminació disminueixen però la factura total en el seu conjunt no canvia molt. Per tant, els consumidors obtenen més valor (més minuts de trucades) pels seus diners com a resultat de la regulació dels preus de terminació.

**Sjaak Hurkens**  
**Institut d'Anàlisi Econòmica (CSIC)**

**Ángel Luis López**  
**Departament d'Economia Aplicada**  
[Angelluis.Lopez@uab.cat](mailto:Angelluis.Lopez@uab.cat)

Si tens propostes: [premsa.ciencia@uab.es](mailto:premsa.ciencia@uab.es)

**E-mail per rebre el nostre butlletí**

Enviar